

Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Chm Minería S.A.S.

Graciela Isabel Ayala Adie
Juan Nicolás Barón Galindo
Eileen Johana Reyes Diaz
Carolina Villa Acosta

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial
Barranquilla, diciembre de 2020

Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Chm Minería S.A.S.

Graciela Isabel Ayala Adie
Juan Nicolás Barón Galindo
Eileen Johana Reyes Diaz
Carolina Villa Acosta

Director

Yolanda González Castro

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial
Barranquilla, diciembre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen	9
Capítulo 1. Antecedentes	10
Introducción.....	10
Problema.....	11
Objetivo General.....	12
Objetivos Específicos.....	12
Capítulo 2. Marcos Referenciales	13
Marco Conceptual	13
Marco Teórico.....	19
Capítulo 3. Resultados	26
Diagnóstico	26
Capítulo 4. Plan de Mejoramiento.....	29
Plan de acción y Seguimiento.....	29
Conclusiones	31
Referencias	33

Lista de tablas

Tabla 1 Plan de acción y seguimiento - Economico	29
Tabla 2 Plan de acción y seguimiento - Social.....	30
Tabla 3 Plan de acción y seguimiento - Ambiental.....	30

Lista de Figuras

Figura 1. Pasión por el Cliente. Valores Corporativos CHM Minería	17
Figura 2. Responsabilidad y Compromiso. Valores Corporativos CHM Minería	18
Figura 3. Ejecución Efectiva. Corporativos CHM Minería	18
Figura 4. Compromiso Social. Valores Corporativos CHM Minería	18
Figura 5. Innovación. Valores Corporativos CHM Minería	18
Figura 6. Generar Valor. Valores Corporativos CHM Minería	19
Figura 7. Árbol de Problemas de la empresa CHM Minería. Elaboración Propia.....	26
Figura 8. Árbol de Objetivos de la empresa CHM Minería. Fuente: Elaboración propia.	27
Figura 9. Mapa de Estrategias de la empresa CHM Minería. Fuente: Elaboración propia.....	28

Lista de anexos

Anexo A. Enlace al código de ética	35
Anexo B. Formato de recolección de la información.....	35

Resumen Analítico Especializado -RAE-
1 INFORMACIÓN GENERAL

Titulo	Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Chm Minería S.A.S.
Autor	Graciela Isabel Ayala Juan Nicolás Barón Eileen Johana Reyes Carolina Villa Acosta
Tipo de Documento	Trabajo de Grado de Diplomado
Director	Yolanda González
Año	2020
Palabras Claves	Ética, Código de Conducta, Gerencia Estratégica, Norma ISO 26000, Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad.

2 CONTENIDO

Resumen	Este plan se basa en una estrategia desarrollada y definida que reúne a todos los actores internos y externos de la organización, como recursos humanos, stake holders, accionistas, proveedores, clientes, empleados, medios de comunicación entre otros, para lograr la adecuada gestión en el compromiso social, medioambiental, financiero y ético de la empresa.
Problema de Investigación	Altos Índices de Prostitución en la Zona de la Mina
Metodología	Instrumento Realizado Entrevistas
Principales Resultados	Desarrollar actividades que permitan a las comunidades el aprendizaje de oficios y manualidades que mejoren su capacidad económica. Orientar a la comunidad al trabajo digno.

Conclusiones	La responsabilidad Social empresarial tiene como objetivo generar un impacto positivo en las comunidades que permitan mitigar o solucionar un problema existente, contribuye de manera asertiva al desarrollo sostenible de las comunidades mediante el compromiso empresarial con los empleados, sus familias y la comunidad.
Referencias	<p>Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019) Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). <i>El Profesional de La Información</i>, 28(5), 1–11. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site</p> <p>Ayala, (2020) Plan estratégico empresarial Chm minería S.A.S.</p> <p>Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. <i>Revista Empresa y Humanismo</i>, 2, 79. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Carroll, A. (1989) <i>Factores determinantes de la responsabilidad social Empresarial</i></p> <p>De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). <i>Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico</i>. <i>Empresa y Humanismo</i>, 19(2), 69–118. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site</p> <p>Drucker, Peter. <i>Innovation & Entrepreneurship: Practice and Principles</i>, Boston, Butterworth Heinemann.1985.</p> <p>Fonseca, R. (2019). <i>El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo</i>. <i>Economía y Desarrollo</i>, 162(2), 1–18. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=139381284&lang=es&site=eds-live&scope=site</p> <p>García, O. (2016). Fundamentos teóricos de la planeación estratégica. [Formato de video]. Recuperado de http://hdl.handle.net/10596/9476</p> <p>Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*. <i>Postdata:</i></p>

Revista de Reflexión y Análisis Político, 24(2), 331–352. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140905579&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Hax, A & Majluf, N. (2014). *Lecciones en estrategia : hacia una gestión de excelencia*. Ediciones UC. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1

Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132100014&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137284752&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Morales, W. (2018). *Ética compromiso con la verdad*. Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/23731>

Norma ISO 26000 Recuperado de <http://americalatinagenera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf>

Ortegón, G., Castrillón, O & Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84., Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pige, B (2012) La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 1-19 Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Reyes, (2020) Plan estratégico empresarial Chm minería S.A.S.

Rosas, (2020) Plan de gerencia estratégica

Plan Estratégico de responsabilidad social para la empresa Chm Minería S.A.S.

Resumen

Son muchas las empresas del país que requieren de un plan estratégico de responsabilidad social que les permita coordinar sus recursos y acciones a la consecución de los objetivos organizacionales dentro del corto, mediano o largo plazo. Este plan se basa en una estrategia desarrollada y definida que reúne a todos los actores internos y externos de la organización, como recursos humanos, stake holders, accionistas, proveedores, clientes, empleados, medios de comunicación entre otros, para lograr la adecuada gestión en el compromiso social, medioambiental, financiero y ético de la empresa. El objetivo de este proyecto, es poder Formular el código de ética, el plan de acción y seguimiento de la empresa CHM Minería SAS, de tal manera que podamos aportar ideas de mejora que faciliten el análisis y la toma de decisiones a la organización. Este proyecto final de grado, se considera como una herramienta de consolidación de los conocimientos adquiridos en el diplomado de profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras Claves

Código de conducta, ética, gerencia estratégica, norma ISO 26000, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad.

Abstract

There are many companies in the country that require a strategic plan of social responsibility that allows them to coordinate their resources and actions to achieve the organizational objectives within the short, medium or long term. This plan is based on a developed and defined strategy that brings together all the internal and external actors of the organization, such as human resources, stake holders, shareholders, suppliers, clients, employees, the media, among others, to achieve adequate management in the social, environmental, financial and ethical commitment of

the company. The objective of this project is to be able to Formulate the code of ethics, the action plan and follow-up of the company CHM Minería S.A.S, in such a way that we can contribute ideas for improvement that facilitate analysis and decision-making to the organization. This final degree project is considered as a tool for consolidating the knowledge acquired in the in-depth diploma in Strategic Management and Corporate Social Responsibility.

Keywords

Code of conduct, corporate social responsibility, ethics, strategic management, ISO 26000 standard, sustainability.

Capítulo 1. Antecedentes

Introducción

La evolución del pensamiento estratégico a través de los años, ha traído consigo la necesidad de analizar más a fondo factores organizacionales como la responsabilidad Social Empresarial, en donde la gerencia estratégica se convierte en esa herramienta que le permite a las empresas implementar nuevas formas de gestión que contribuyan al desarrollo de organizaciones mayormente sostenibles y sustentables al interior de una sociedad.

Teniendo en cuenta lo expresado por Peter Drucker (1984), "Las acciones de responsabilidad social son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica, en aspectos como la obtención de ganancias, la capacidad productiva, las competencias humanas", lo que permite tener un equilibrio, un ganar-ganar en realizar acciones propias de la empresa en beneficio de la comunidad pero que también beneficie a la empresa misma.

En el presente trabajo se presenta la consolidación del plan estratégico de responsabilidad social para la empresa CHM Minería SAS, de tal manera que a partir de su construcción, los estudiantes tengan la capacidad identificar problemas, elaborar planes estratégicos de responsabilidad social empresarial, proponer mejoras a situaciones específicas que se presentan en las organizaciones, tomar decisiones acertadas a partir del seguimiento y de la consolidación de los análisis, para fortalecer los fines de la organización.

Lo anterior permitirá evidenciar el conocimiento adquirido en el diplomado de profundización y mostrar el paso a paso para la construcción de un plan estratégico de

responsabilidad social empresarial con el uso de herramientas innovadoras que pueden orientar a cualquier tipo de empresa a una transformación hacia la sustentabilidad.

Problema

Altos índices de prostitución infantil en la zona de la mina

La empresa **CHM MINERIA S.A.S.** Tiene sedes en las minas de la región caribe, en donde presta servicios a los grandes complejos carboníferos del país. Suministrando maquinaria pesada como cargadores, excavadoras, camiones, mano de obra y repuestos para maquinaria del sector minero.

Un alto porcentaje del personal que labora con la empresa son ingenieros y técnicos mecánicos hombres que viajan semanalmente desde barranquilla y otras regiones del país donde tienen radicadas sus familias, la mano de obra calificada en esta zona del país es muy escasa y a pesar que la empresa utiliza un porcentaje de mano de obra procedente de la región la contratación externa es mayor.

En estas regiones mineras la escasez de oportunidades de aprendizaje, falta de escuelas públicas y de servicios básicos hace que el ofrecer servicios sexuales a los ingenieros y técnicos sea considerado una solución para mitigar los efectos de la pobreza y la escasez. Por ellos utilizan a niñas que aún no cumplen la mayoría de edad para ofrecer este tipo de servicios aumentando los índices de prostitución infantil en la zona de la mina.

Objetivo General

Afianzar nuestros conocimientos mediante la apropiación de los conceptos encontrados en el entorno de aprendizaje que nos permitan la realización de un diagnóstico basados en el resultado de una herramienta de recolección de datos efectuada a la empresa CHM MINERIA.

Objetivos Específicos

Diseñar instrumentos de recolección de información para realizar el diagnóstico, mediante el uso de entrevistas.

Presentar y elegir una empresa para aplicar al instrumento y un estudiante para ello cuya elección esté justificada.

Realizar un código de ética para garantizar el direccionamiento estratégico de la empresa y solucionar un problema existente mediante el diseño del mismo.

Realizar un análisis de los resultados para tomar las medidas necesarias que garanticen la solución al problema enfocados en la norma ISO 26000.

Capítulo 2. Marcos Referenciales

Marco Conceptual

Ética. Conjunto de conceptos y principios que nos guían en la determinación de qué comportamientos ayudan o perjudican al ser humano, ofreciendo una sistematización, defensa y recomendación de determinadas conductas estimadas como buenas y el rechazo de otras consideradas como malas (De la Cruz y Fernández, 2016).

Ética Empresarial. Se basa en una determinada visión acerca del ser humano y del bien, de tal forma que no se puede fundamentar teóricamente la ética empresarial sin establecer previamente el modelo de ser humano que le da soporte (Giovanola, 2009).

Desarrollo social. Busca promover el crecimiento, la igualdad y el desarrollo de las sociedades en todos los ámbitos, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de todas las personas (Arévalo y Ortiz, 2019).

Desarrollo sostenible. Este desarrollo permite satisfacer las necesidades actuales de una sociedad u organización sin tener que comprometer los recursos y las posibilidades de las nuevas generaciones (Arévalo y Ortiz, 2019).

Estrategia. Funciona para aplicar la metodología de trabajo para lograr el objetivo al que se pretende llegar, por lo que se implementa para mirar de cierta forma emprendedora las actividades empresariales, lo que permite innovar y tener más de un solo plan para solucionar las problemáticas presentadas (Hax y Mailuf, 2014).

Excelencia Empresarial. Es el conjunto de prácticas sobresalientes en la gestión de una organización y el logro de resultados basados en conceptos fundamentales donde se tienen factores importantes como la orientación a los clientes, la obtención de resultados, la forma de ejercer el liderazgo y la constancia con la que se hacen las tareas planeadas, entre otras cosas, es

la planeación, organización, dirección, integración y controlar que se tiene sobre un equipo de trabajo para conformar una empresa (Pige, 2012).

Gerencia Estratégica. Define la formulación , ejecución y evaluación de acciones que permitirán a la organización el logro de sus objetivos, impactando sistemáticamente las acciones ejecutadas por el talento humano, organiza de manera cualitativa y cuantitativa la toma de decisiones efectivas minimizando la incertidumbre ante cambios bruscos e inestables del ambiente, de acuerdo a criterios y análisis pertinentes ,con la capacidad de influir y ejercer el control en su medio natural, sincronizando activa y efectivamente las áreas funcionales del trabajo , generando valor agregado a la cadena socio productiva empresarial (Ramírez, 2020).

Grupos de interés. Son aquellos individuos o grupos que pueden afectar o ser afectados por los objetivos de la organización, por ende deben considerarse en el proceso de planeación estratégica (Marulanda y Rojas, 2019).

Pensamiento Estratégico. Es el enfoque que en sentido presente que se le da a las cosas para un futuro, logrando anticipar sucesos y acciones por ocurrir y por otra parte ayuda a contribuir al desarrollo de visiones a largo plazo, por medio de la creatividad y la orientación al logro de objetivos puntuales (Gioffreda, 2019).

Sostenibilidad. Es la relación entre los sistemas económicos humanos y los sistemas ecológicos, mucho más dinámicos pero normalmente de cambio lentos, de modo que en esta relación la vida humana puede continuar indefinidamente. Los seres humanos pueden prosperar y las culturas humanas pueden desarrollarse. Pero en esta relación los efectos de las actividades humanas permanecen dentro de unos límites de modo que no se destruya la biodiversidad, complejidad y función del sistema ecológico que soporta la vida (Bernal y Carnicer, 2010).

Marco Institucional

De acuerdo a lo consignado en la página oficial de la empresa en estudio CHM MINERIA, nace en el año 1985 como distribuidor autorizado de VME (Volvo Michigan Euclid). Ese mismo año CHM del Caribe inicia con la distribución en la Costa Atlántica. Da soporte a la flota de camiones euclid R170 (cargadores y enrollacables michigan) y se convierte en una empresa dedicada a la comercialización de equipos, repuestos, servicios de mantenimiento y asistencia técnica especializada para la industria minera, portuaria y de construcción; Representan marcas de compañías de reconocido prestigio en el mercado objetivo y cumplen fielmente con la promesa de valor para sus clientes, trabajadores, proveedores, comunidad y accionistas (Rosas, 2020).

Se encuentran en el negocio de venta de maquinaria para minería bajo la marca hitachi, así como del servicio de postventa, que comprende la cadena de suministro de partes y servicio de mano de obra calificada para brindar mantenimiento en sitio. Por otra parte, brindan servicio de reparación de componentes como mandos finales, cilindros, baldes, reparaciones estructurales en el CSM (Centro de servicios de mantenimiento de CHM MINERIA S.A.S., 2013).

Su política de gestión integral radica en ser una empresa dedicada a la comercialización de equipos, repuestos, servicios de mantenimiento y asistencia técnica especializada para la industria minera, portuaria y de construcción, que se compromete a suministrar los recursos tecnológicos, técnicos y económicos para: ser socios estratégicos de sus clientes generando un crecimiento rentable y sostenible cumpliendo con los requisitos contractuales, legales, reglamentarios y otros a los que haya lugar de acuerdo a la naturaleza de nuestro negocio (Rosas, 2020).

Alcanzar la flexibilidad operativa con excelencia a partir de la medición continua del desempeño de los procesos, optimización de los recursos manteniendo y mejorando altos estándares de calidad, seguridad, salud en el trabajo, ambiente y seguridad de la cadena de

suministro, Ofrecer productos y servicios personalizados que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes y demás partes interesadas salvaguardando la seguridad física de las personas, activos y operaciones de la empresa, previniendo actividades ilícitas o delictivas relacionadas con el narcotráfico, terrorismo, contrabando, entre otras (Rosas, 2020).

Ser pioneros en soluciones productivas asegurando la prestación de servicio y logro de objetivos y desarrollar equipos con talento y compromiso integral garantizando la vida y la dignidad humana enmarcando siempre el principio de responsabilidad social empresarial y promoviendo el respeto de todos los derechos humanos, en especial a los que afectan a nuestra actividad empresarial en todas nuestras relaciones comerciales. Todo esto enmarcado en la identificación de peligros y aspectos ambientales, evaluando y valorando los riesgos e impactos y estableciendo controles para mejorar la calidad de vida, prevenir enfermedades laborales, contaminación al medio ambiente, lesiones a personas, daños a la propiedad, impacto socio - ambiental, mejorar los procesos y minimizar la probabilidad de inclusión de actividades ilícitas dentro de la cadena de suministros. La presidencia establece que cada trabajador, contratista y demás socios comerciales es responsable del cumplimiento de esta política, de los estándares de los sistemas de gestión, del cuidado personal y colectivo, y determina que cada líder de área o proceso, es responsable de vetar por la seguridad y bienestar de los trabajadores a su cargo promoviendo una cultura de autocuidado (Rosas, 2020).

Misión. Somos una empresa dedicada a la comercialización de equipos, repuestos, servicios de mantenimiento y asistencia técnica especializada para la industria minera, portuaria y de construcción; representamos marcas de compañías de reconocido prestigio en nuestro mercado objetivo y cumplimos fielmente con la promesa de valor para nuestros clientes, trabajadores, proveedores, comunidad y accionistas (Rosas, 2020).

Visión. Ser reconocidos en el mercado como empresa líder por los altos estándares de seguridad y calidad en sus productos y servicios, siendo los principales aliados estratégicos de sus grupos de interés; donde la capacidad del talento humano, la flexibilidad en las soluciones, el soporte técnico y la solidez financiera garantizan un crecimiento sostenible (Rosas, 2020).



Figura 1. Pasión por el Cliente. Valores Corporativos Fuente: CHM Minería. Recuperado de <https://www.chmineria.com.co/la-compania/la-empresa/>



Figura 2. Responsabilidad y compromiso. Valores Corporativos Fuente: CHM Minería. Recuperado de <https://www.chmineria.com.co/la-compania/la-empresa/>

3. EJECUCIÓN EFECTIVA: Hacemos que nuestros planes e ideas se hagan realidad utilizando los recursos disponibles de manera óptima.

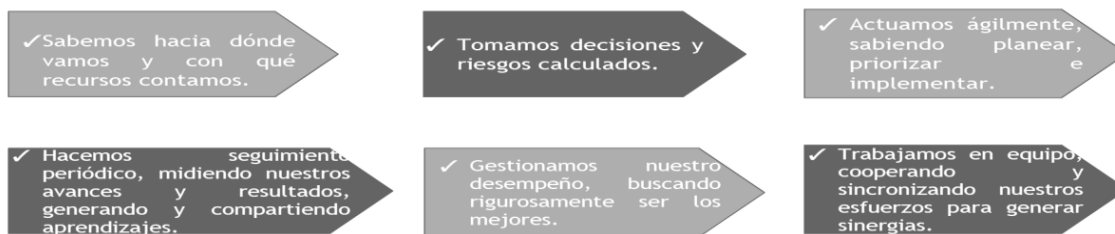


Figura 3. Ejecución Efectiva. Valores Corporativos Fuente: CHM Minería. Recuperado de <https://www.chmineria.com.co/la-compania/la-empresa/>

4. COMPROMISO SOCIAL: Estrechamos los vínculos con los diferentes grupos de interés, promoviendo la equidad y la armonía social y ambiental



Figura 4. Compromiso Social. Valores Corporativos Fuente: CHM Minería. Recuperado de <https://www.chmineria.com.co/la-compania/la-empresa/>

5. INNOVACIÓN: Buscamos permanentemente nuevas maneras de hacer las cosas, estamos abiertos al cambio y nos gusta tener perspectivas diferentes.



Figura 5. Innovación. Valores Corporativos Fuente: CHM Minería. Recuperado de <https://www.chmineria.com.co/la-compania/la-empresa/>

6. GENERAR VALOR: Sabemos que cada acción que tomamos y cada recurso que utilizamos es percibido y valorado por el cliente.

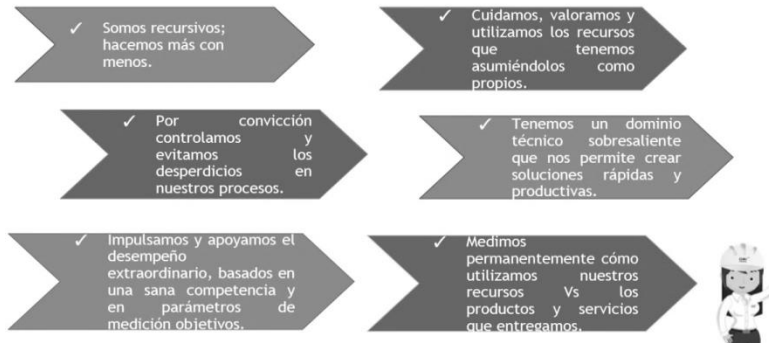


Figura 6. Generar Valor. Valores Corporativos Fuente: CHM Minería. Recuperado de <https://www.chmineria.com.co/la-compania/la-empresa/>

Marco Teórico

El concepto de RSE, se puede analizar desde diferentes perspectivas, esto dependiendo del lugar y el tipo de economía, Teniendo en cuenta lo expresado por Peter Drucker (1984), “las acciones de Responsabilidad Social son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica, en aspectos como la obtención de ganancias, la capacidad productiva, las competencias humanas”, lo que permite tener un equilibrio un ganar-ganar en realizar acciones propias de la empresa en beneficio de la comunidad pero que también beneficie la empresa misma. Uno de los tantos beneficios de la RSE, son los beneficios tributarios que obtienen las empresa cuando la implementan, como la contraprestación por la inversión de carácter social y un incentivo para que los empresarios no sean ajenos a la realidad del entorno donde se encuentran y les permita mirar más allá de los límites de su organización e identificar el impacto positivo que puede tener la empresa al interactuar con su entorno.

Carol (1989) aporta una definición de RSE que nos dice que los aspectos económicos son pieza fundamental y van conectados a ella y reflejan el nivel de desarrollo de los países. Existen diversas teorías de autores que consideran que la RSE, va de la mano con el crecimiento de la

organización y es fundamental para ello. Stanwick y Stanwick (1998) observaron que las empresas de mayor tamaño tienen mayores niveles de RSE, dado que son más propensas a adoptar estas prácticas debido a la presión ejercida por sus grupos de interés (Boesso y Michelon, 2010). Y es cierto que esas partes interesadas son de vital importancia en la identificación de los impactos de las empresas en el entorno, por lo que estaremos llamados a crear interés al interior de las empresas e incentivar la comunicación con las partes interesadas para tener claros los aspectos más importantes en los que se requiere interacción con la comunidad e implementar acciones que sean de un impacto adecuado para la sociedad en general (Reyes, 2020).

Con el desconocimiento de las actividades a realizar, las medianas y pequeñas empresas no obtienen los beneficios que tienen las empresas que implementan acciones encaminadas a la responsabilidad social empresarial, este debería ser una importante labor, incentivar a este tipo de empresarios, que sean parte de estas iniciativas, que aunque parecería costoso, llegara a ser más provechoso para ellos y para la sociedad. La responsabilidad social empresarial aplica para todos los asociados de negocio, partes interesadas y el entorno social donde se encuentra. Permite a las empresas hacer más ágiles, flexibles y eficaces sus sistemas de gestión (Reyes, 2020).

La responsabilidad social empresarial permite a la empresa la obtención de beneficios, como son:

Fidelidad y confianza por parte del cliente.

Confianza de parte de los proveedores.

Nuevas oportunidades de negocios.

Mejora en la imagen corporativa y fortalecimiento de la estima en la sociedad.

Mayor productividad.

Mayor compromiso de talento humano.

Incremento de las ventas y la rentabilidad

Mejora en la cultura organizacional.

Mayor respaldo financiero.

Hace el negocio atractivo para la inversión.

De Castro, (2005). La responsabilidad social empresarial requiere que la empresa cumpla con toda la normativa legal y adicionalmente incorpora el componente social en lo referente al cumplimiento de compromisos éticos y responsabilidades con el medio ambiente, los impactos que produce el desarrollo de las actividades económicas. El cumplimiento de las normas es una manera de gestionar la responsabilidad social empresarial.

También se debe considerar las necesidades y expectativas del mercado, para ofrecer productos y servicios que influyen directamente en el criterio social y la decisión del consumidor y los inversores. Otra forma de gestionar la responsabilidad social empresarial es mediante la capacitación permanente al recurso humano, para garantizar que el personal es calificado y que está a gusto trabajando con la empresa, devengando salarios justos que le permitan la mejora en su calidad de vida (Ayala, 2020).

Implementar las practicas RSE produce dentro de las empresas un excelente clima organizacional ya que todos los integrantes se preocuparan por sostenerla y continuar ejerciendo sus funciones dentro de esa empresa, la satisfacción del recurso humano permite y garantiza el cumplimiento de las labores, ya que un personal motivado adquiere sentido de pertenencia y lo

cual conllevara y contribuirá a la generación de ideas para el mejoramiento de las funciones, logrando tener mayor cantidad de ventas y mejorando la imagen al nivel que se pretenda lograr, si todas las organizaciones del mundo implementaran acciones respecto a la responsabilidad social empresarial simplemente existiría sostenibilidad para todos y el logro de un mundo mejor (Ayala, 2020).

El crecimiento de las ventas en las organizaciones esta directamente relacionado con la responsabilidad social, Es decir para tener una relación efectiva entre la empresa y los grupos de interés como son: los clientes, la comunidad, los empleados, entre otros, permite a la empresa el incremento de su rentabilidad mediante el ofrecimiento de productos y servicios de calidad. Al respeto por el medio ambiente, el cumplimiento de las normas ambientales y la garantía de lograr el menor impacto en el medio al desarrollar las actividades económicas, permite visualizar de manera integral el negocio creando valor económico, con sentido social que involucra a todas las partes interesadas y cuidando del medio ambiente (Ayala, 2020).

La RSE va ligado de principios y valores como la ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia, responsabilidad social, preocupación por los demás, adhesión abierta y voluntaria, control democrático de los socios, participación económica, autonomía e independencia, educación, formación e información, cooperación entre cooperativas y compromiso con la comunidad, los cuales pretenden llevar una empresa altamente sostenible que contribuye con el desarrollo interno y externo del segmento donde se encuentre. Valley, (2015) afirma que la La responsabilidad social también aplica a las universidades como empresas que son, deben cuidar el impacto de las acciones, el medio ambiente en lo organizacional, social, académico y cognitivo. Chaves, (1997) y Sajardo, (1998) destacan las cooperativas como un eje vertebrador de la Economía solidaria y se fundamentan en

la doble condición de sus agentes interesados. Se ha demostrado la eficacia del cooperativismos (Caballer et al. 1987; Server y Segura, 1990; Moyano y Fidalgo, 2001; Vidal, Segura y Rayos, 2001; Gómez-Limón et al., 2003; Ruiz, Hernández y García, 2006; Bel y Ausin, 2007; Montegut y Cristóbal, 2012; Juliá y Meliá, 2008) como un modelo que permite el equilibrio y como una herramienta de compromiso social que permite la generación de empleo y el aporte de valores sociales. En algunos países como México, vemos que las empresas que poseen mejor desempeño financiero y en general son de mayor tamaño de igual manera su RSE Es más grande, también encontramos el caso de argentina donde las características de la misma no tienen relación con el nivel de RSE.

Después de realizar un análisis de la implementación de la RSE en las compañías de países como México, Brasil y Argentina se determina que la implementación de las RSE se basa prácticamente en el tamaño. Desempeño financiero y el riesgo; donde se verifica que las empresas de mayor tamaño son más propensas a sufrir críticas negativas, las empresas con mayor capacidad de endeudamiento pueden invertir en nuevas prácticas que conllevaran al beneficio de la propia organización y del entorno que lo rodea, y por ultimo las empresas que pueden perder su reputación si no implementan técnicas relacionadas con la RSE, o pueden tener alguna clase de beneficio (Ayala, 2020).

Dicho esto, se concluye diciendo que la responsabilidad social empresarial bien asumida ofrece cambios positivos para todos los actores, se convierte en una herramienta de diferenciación sobre los competidores, refuerza y mejora las acciones internas y externas de la empresa, de sus actividades y su intervención en la sociedad depende el éxito y el valor que su gestión aporta. No es fácil ni gratis pero son más los beneficios que trae su implementación que su no aplicación, cuesta tiempo y esfuerzo ganar la credibilidad de los grupos de interés y más

aún de toda una comunidad, sin embargo, puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa (Ayala, 2020).

Marco Legal

Es la guía de responsabilidad social, donde se indica el porque es importante la responsabilidad social, ya que a nivel mundial las poblaciones y empresas tienen más visión y objetividad sobre el comportamiento responsable y sostenible, ya que todos queremos seguir existiendo por lo que se debe tener en cuenta la salud del ecosistema, la equidad social y la buena gobernanza organizacional, logrando algunos beneficios como, ventaja competitiva, buena reputación, capacidad de atraer y retener trabajadores o miembros, clientes y usuarios, mantenimiento de la moral, el compromiso y la productividad de los empleados, percepción de los inversores, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera, Relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, pares, clientes y la comunidad en la que opera.

En esta norma también especifica que todo tipo de organización puede beneficiarse, al cumplir la ley y fomentar las buenas practicas con la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política, organizacional, y diferencias económicas.

Debemos entender que esta norma no es para certificar ninguna clase de práctica realizada, pero si es para motivar a general un cambio y transformación social mente responsable y sostenible, la ISO 26000 contiene 7 normas específicas las cuales son: participación activa y desarrollo de la comunidad, derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente, practicas justas de operación, asuntos de consumidores y gobernanza (Norma Iso 26000, 2010).

La ISO 26000 muestra limitaciones y exclusiones que pueden tomar las empresas, Identifica y proporciona definición de términos correspondientes a la ISO 26000, describe los factores y condiciones importantes que han influido en el desarrollo de la responsabilidad social y que continúan afectando su naturaleza y práctica, de igual manera, en esta norma podemos abordar prácticas de responsabilidad social como lo es el reconocimiento por parte de la una organización de su responsabilidad social y explica los temas centrales y temas asociados relacionados con la responsabilidad social, verificando alcance, su relación con las responsabilidad social, los principios y consideraciones relacionados y las acciones y expectativas relacionadas; acá podemos estar mejor orientados sobre la puesta en práctica de las responsabilidad social al interior de una organización, comprendiente responsabilidad dentro de una organización, integrar la responsabilidad social en toda la organización, comunicación relacionada con las responsabilidad social, mejorar la credibilidad de una organización en materia de responsabilidad revisas el progreso y mejorar el desempeño. Por ultimo esta norma presenta una lista de iniciativas voluntarias y herramientas relacionadas con las responsabilidad social dentro de una organización (Norma Iso 26000, 2010).

Capítulo 3. Resultados

Diagnóstico

Instrumento de Diagnostico

Se realizaron entrevistas a diversas personas de la empresa CHM MINERIA S.A.S para obtener la información requerida para el desarrollo de la actividad

Matriz de Marco Lógico

El marco lógico nos permite mediante el árbol problema identificar una situación o problema existente en la zona minera donde se encuentran las instalaciones funcionales de la empresa, para analizar sus causas y sus posibles soluciones, el marco lógico permite lograr la conceptualización del problema y evaluar el mismo, planificar e informar todo lo referente a un proyecto

Árbol de Problemas

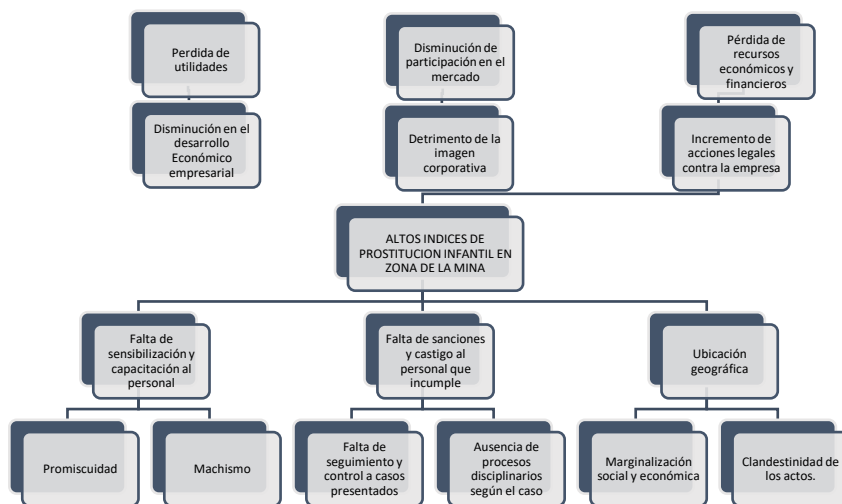


Figura 7. Árbol de Problemas de la empresa CHM Minería. Fuente: Elaboración Propia

Árbol de Objetivos

El árbol objetivo permite realizar una evaluación del problema y analizar las posibles consecuencias que pueden tener el mismo y las posibles causas que lo originaron.

En este caso los altos índices de prostitución infantil en la zona de la mina, causan un impacto social desfavorable para la compañía afectando de manera directa la imagen corporativa y ocasionando importantes daños sociales y económicos.

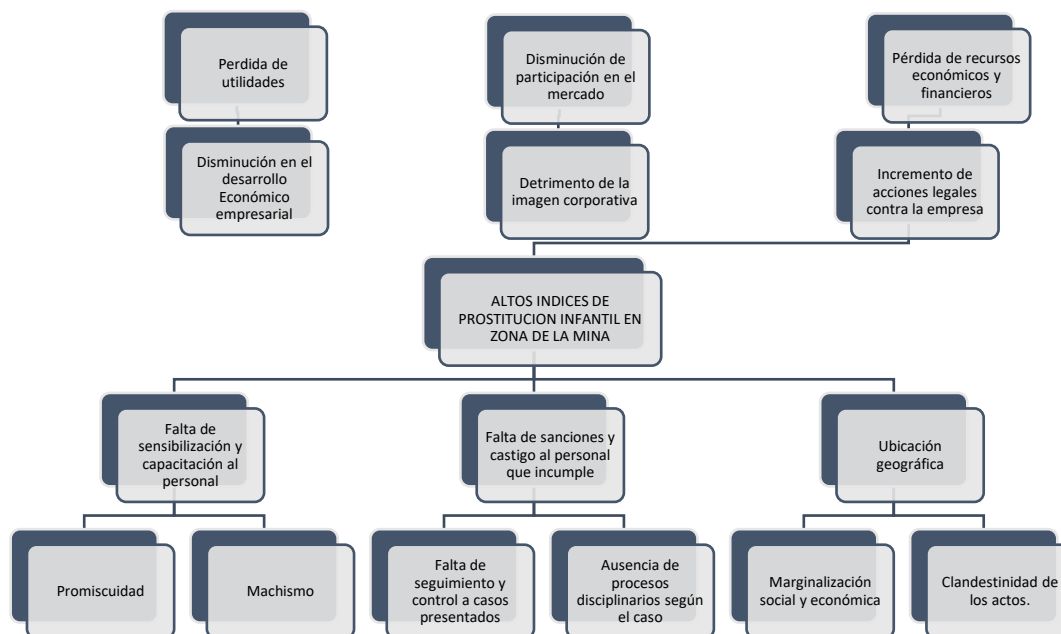


Figura 8. Árbol de Objetivos de la empresa CHM Minería. Fuente: Elaboración propia.

Mapa de Estrategias

El siguiente mapa de estrategias nos permite plasmar diferentes estrategias que la empresa CHM MINERIA S.A.S, puede utilizar para lograr solucionar el problema detectado, estas analizadas desde varias perspectivas como son: el mercado, financiera, de procesos internos y perspectiva de aprendizaje y crecimiento

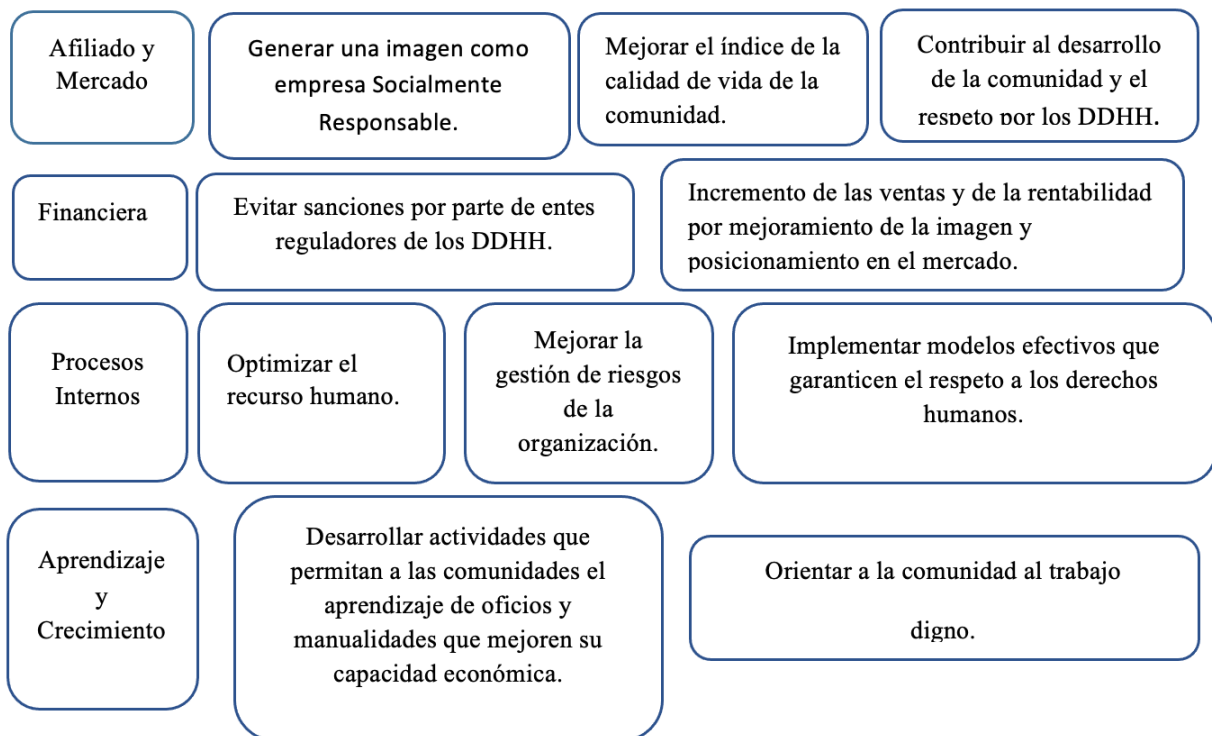


Figura 9. Mapa de Estrategias de la empresa CHM Minería. Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento

Plan de acción y Seguimiento

Con este plan de acción se permiten tomar decisiones para la toma de medidas frente a los problemas detectados.

Tabla 1

Plan de acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Económica	Financiera	Incrementar las ventas en un 30% y la rentabilidad en un 25% por mejoramiento de la imagen y posicionamiento en el mercado.	Un año	Venta anual / Venta anual año anterior > 1,2
		Evitar 100% las sanciones por parte de entes reguladores de los DDHH.	Un año	Participación del mercado > 30%
				Pago en sanciones = \$0

Nota. La tabla describe las estrategias y planes. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Plan de acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Social	Aprendizaje y Crecimiento	Orientar a la comunidad al trabajo Digno abarcando más del 80% de la población.	Un año	Capacitaciones mensuales > 4
		Desarrollar actividades que permitan a las comunidades el aprendizaje de oficios y manualidades que mejoren su capacidad económica en un 15%.	Un año	2 pymes anuales

Nota. La tabla describe la estrategia de aprendizaje desde la dimensión social. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Plan de acción y seguimiento

Dimensión	Objetivo Estratégico	Estrategia	Plazo	Indicador
Ambiental	Control Demográfico	Evitar el 100% de sanciones por parte de entes reguladores de los DDHH	Un año	Pago en sanciones = \$0

Nota. La tabla describe estrategias desde la dimensión ambiental. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La responsabilidad Social empresarial tiene como objetivo generar un impacto positivo en las comunidades que permitan mitigar o solucionar un problema existente, contribuye de manera asertiva al desarrollo sostenible de las comunidades mediante el compromiso empresarial con los empleados, sus familias y la comunidad.

Este problema ha permitido identificar una problemática del sector minero como es la Prostitución infantil, en donde por falta de oportunidades laborales y de instituciones educativas las familias ven este flagelo de la prostitución infantil como un negocio que le genera ingresos y que les permite relacionarse con los trabajadores de las minas quienes por la remuneración y debido a que están lejos de sus familias se les facilita contribuir de manera directa a la problemática, causando un gran daño a la comunidad.

Las empresas del sector tratan de mitigar creando políticas estrictas para el alojamiento, controles y concientización a los trabajadores, creación de oportunidades laborales para la comunidad mediante capacitaciones que le permitan en emprendimiento, fomentar la responsabilidad ambiental, mejorar las condiciones labores y apoyar las causas humanitarias.

Las empresas en cumplimiento a la norma ISO 26000 Adquieren una responsabilidad social, esta responsabilidad aplica a todas las empresas y a todas las economías, contribuyendo al desarrollo sostenible lo cual les beneficia en cuanto a su buen nombre, reputación, preferencias de los clientes, motivación de los trabajadores, mejora en la competitividad, en la producción y en las relaciones con proveedores, otros países, gobierno, medios, clientes y en general con la sociedad. La norma 26000 permite que las empresas logren adaptarla a sus necesidades y desarrollarla de manera natural en el desarrollo de la actividad económica, fomentando el respeto

por la diversidad social, las normativas legales vigentes, la diversidad cultural, económica y en general las diferencias económicas que encontramos en la sociedad.

Referencias

- Arévalo-Martínez., y Ortiz-Rodríguez. (2019)
Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). El Profesional de La Información, 28(5), 1–11. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Ayala, (2020) Plan estratégico empresarial Empresa Chm minería S.A.S.
- Bernal. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. Revista Empresa y Humanismo, 2, 79. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live>
- Carroll A. (1989) Factores determinantes de la responsabilidad social Empresarial
- De la Cruz y Fernández, (2016).
Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. Empresa y Humanismo, 19(2), 69–118. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Drucker, Peter. Innovation y Entrepreneurship: Practice and Principles, Boston, Butterworth Heinemann.1985.
- Fonseca, (2019).
El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. Economía y Desarrollo, 162(2), 1–18. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=139381284&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- García, (2016).
Fundamentos teóricos de la planeación estratégica. [Formato de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/9476>
- Gioffreda, (2019).
Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*. Postdata: Revista de Reflexión y Análisis Político, 24(2), 331–352. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140905579&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Hax, y Majluf, (2014).
Lecciones en estrategia : hacia una gestión de excelencia. Ediciones UC. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?>

direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1

Llanes, y Salvador. (2018).

Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 6(1), 1–28.

Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132100014&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Marulanda y Rojas. (2019).

Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). Información Tecnológica, 30(3), 269–276. Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137284752&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Morales. (2018). Ética "compromiso con la verdad".

Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/23731>

Norma ISO 26000, Recuperada de

<http://americalatinagenera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf>

Ortegón. Castrillón, y Ruíz. (2019).

Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” Revista EIA, 16(32), 65–84., Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pige, (2012)

La representación de la excelencia de las empresas. Administración y Organizaciones, 1-19 Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Reyes, (2020) Plan estratégico empresarial Chm minería S.A.S.

Rosas, (2020) Plan de gerencia estratégica

Anexos

Anexo A. Enlace al código de ética

https://www.canva.com/design/DAEOSwf_NHw/share/preview?token=RDRbFNff8gnB55_8jNu4aQ&role=EDITOR&utm_content=DAEOSwf_NHw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton

Anexo B. Formato de recolección de la información

Las siguientes preguntas nos sirven de orientación para conocer el nivel de RSE que tiene la empresa con los trabajadores y con la comunidad, realizaremos encuesta basados en los principios fundamentales que encontramos en la Norma ISO 26000

INVESTIGADOR: Graciela Ayala Adie

Entrevista realizada por video llamada a empleados de la empresa **CHM MINERIA S.A.S.**

Fecha: Octubre 17 de 2020

✓ GOBERNANZA

1. ¿Considera que nuestra empresa promueve la responsabilidad social con sus trabajadores y porque?

R/ la Empresa CHM MINERIA, promueve la responsabilidad social con los trabajadores porque ha desarrollado varios programas donde nos hace partícipes, los cuales son beneficios para nosotros como trabajadores y nuestras familia.

Cuenta con programas especiales que facilitan nuestra vida y el desarrollo social como son

Por ejemplo:

Programas para cuidar nuestra salud , programas para incentivar la sana convivencia , programas de nutrición y dietas, programa de revisión visual , programas de acompañamiento psicológico, Préstamos blandos a empleados, aporte del 50% al empleado para pregrado y posgrado, programas de emprendimiento para las familias, Programa vacaciones recreativa para los niños entre otros.

Entrevistado: Irene Gómez - Empleado

2. ¿De qué manera podría contribuir la dirección para mantener la cultura de responsabilidad social en la empresa?

La dirección contribuye a mantener la cultura de responsabilidad social, en la medida en que consideramos que lo más importante de nuestra empresa es el talento humano y esto lo manifestamos y sostenemos a través del tiempo y está incluido en nuestros objetivos organizacionales, en nuestra Visión de empresa y representa uno de nuestros valores lo cual nos permite promover la equidad y la armonía social y ambiental entre los trabajadores, siendo apoyo para ellos y sus familiares en pro de construir una mejor sociedad.

Poseemos varios programas que facilitan el cumplimiento de la RSE en nuestra empresa y para ello la dirección ofrece siempre el respaldo financiero necesario para el cumplimiento de los mismos.

3. ¿Qué estrategia podríamos utilizar para usar eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos?

En CHM MINERIA, hemos utilizado la estrategia de direccionamiento estratégico donde conformamos un equipo interdisciplinario que participa mensualmente mostrando el manejo que cada departamento le da a los recursos que tiene a su disposición mediante indicadores de gestión los cuales analizamos detenidamente y nos sirve de referente para la toma de decisiones oportunas y para fortalecer en equipo los conocimientos sobre el negocio y la mejor manera de aprovechar los recursos con los que cuenta la Compañía

Entrevistado: Jorge Andrés Rosas Mejía

Gerente General

DERECHOS HUMANOS

4. ¿Considera que la empresa suministra la misma facilidad de ascenso y promoción en cargos a todo el personal vinculado sin prejuicio de Género? Conoce de algunos casos?

Si, la empresa facilita los ascensos sin prejuicio de género, de hecho la empresa cuando hay una vacante realiza una convocatoria interna y todos los empleados que cumplan con el perfil y estén interesados pueden postularse y tener acceso a esa oportunidad, independientemente al género al cual pertenezcan. Es muy común que las personas a medida que van fortaleciendo sus conocimientos y experiencia van ascendiendo a los cargos y mejorando de esta manera su calidad de vida.

Entrevistado: Irene Gómez- Empleado

5. ¿De qué Manera la empresa inculca el respeto por las diferencias de género y respeto por la diversidad sexual

La empresa realiza charlas de sensibilización sobre la igualdad y la sana convivencia entre todos, de igual manera brinda iguales oportunidades a todos y no discrimina la diversidad sexual, la empresa es respetuosa por la vida privada de cada uno de nosotros y no vincula nuestro desempeño al género como tampoco las preferencias sexuales.

Entrevistado: Milena Rodríguez- Empleado

✓ PRACTICAS LABORALES

6. ¿La empresa suministra la dotación necesaria para garantizar su integridad física, en el desarrollo de sus labores? Qué tipo de dotación reciben y quienes la reciben

R/ La empresa suministra a todos los trabajadores la dotación necesaria para la realización de nuestras labores, yo pertenezco al área del taller de servicios en el área de Metrología , y me suministran uniforme que consta de overol , camisa y botas, adicional casco , gafas de seguridad y guantes. Esta dotación la recibo tres veces en el año en lo referente a Uniformes y en lo referente a implementos de seguridad cada vez que lo necesite previa aprobación de mi jefe inmediato

Entrevistado: Wendy Alemán- Empleado

7. ¿De qué manera se garantiza que la empresa maneja un buen ambiente laboral y sana convivencia entre los empleados?

En la empresa se realiza anualmente la medición del clima organización, con un ente externo el cual nos permite obtener las pautas necesarias para conocer directamente del empleado su sentir y lo que espera obtener en la compañía

Contamos con un comité de convivencia en donde el empleado que lo requiera puede manifestar si tiene algún problema de esta índole y de manera respetuosa y muy privada se le da solución al problema.

La empresa posee programas de recreación, sensibilización y respeto por la sana convivencia, el cual permanentemente realiza actividades que permiten la interacción del personal generando un ambiente de compañerismo entre los colaboradores.

8. ¿Cómo contribuye el programa de formación de la empresa al crecimiento personal de sus colaboradores?

La empresa tiene una gran responsabilidad social con todas sus trabajadores actualmente contamos con el programa Macro CHM SUMA A TU VIDA en donde desplegamos una serie de actividades enfocadas en el bienestar del trabajador por ejemplo:

Cultura de aprender a Comer: Contamos con personal especializado liderando el programa y realizando talleres con los empleados

Programa el villano del sobrepeso:

La empresa posee un programa especial para las personas en sobrepeso, en donde en apoyo con la cultura aprender a comer, se le hace seguimiento individual al empleado en donde se realiza una valoración inicial y se le dan las pautas y todo el acompañamiento psicológico para superar o mitigar todos los problemas de la obesidad y enfermedades asociadas.

Programa anual de salud visual.

La empresa cuenta con un programa de salud visual para los empleados y sus familiares, lo cual nos permite garantizar que el trabajador goza de un buen estado ocular

Programa de Entrenamiento al personal, y capacitaciones a sus familias

La empresa posee una escuela de formación en la cual el trabajador de acuerdo a una necesidad detectada puede acceder al conocimiento, de igual manera se realizan talleres para las familias en diversas actividades que son fuente de generación de ingresos adicionales y bienestar a las familias

Programa de Emprendimiento Donde ponen las Garzas

La empresa cuenta con un programa que apoya el emprendimiento familiar y motiva a las familias a capacitarse y a obtener ingresos adicionales para su bienestar

9. ¿Cuáles estrategias implementa la empresa para alcanzar la excelencia de su personal?

Nuestra estrategia es suministrar bienestar al trabajador, considerando al talento humano como el eje de nuestra organización y la parte más importante de ella, mediante la indagación permanente de sus necesidades y la creación de programas que permiten satisfacer las necesidades identificadas, garantizamos un personal comprometido con la organización.

Adicionalmente contamos con un centro de Excelencia el cual incentiva al trabajador a desarrollar ideas y mejorar sus procesos, obteniendo un reconocimiento personal y un incentivo económico

10. ¿Cuáles son los planes de bienestar que realizan para los empleados?

R/Tenemos planes en todas las áreas en pro de alcanzar el bienestar de los empleados

En salud, en vivienda, en educación, en préstamos blandos, en apoyo al emprendimiento, en reconocimientos mediante publicación en cartelera e incentivo económico. Estos planes se incluyen en el presupuesto anual, y se realiza una matriz en donde se controla el cumplimiento de cada uno de los programas diseñados

Entrevistado : Marina Villacob . Gestión humana

✓ **MEDIO AMBIENTE**

11. ¿Cuál es el promedio del consumo de papelería mensual?

Actualmente el consumo de papelería se ha reducido en un 90%, estábamos manejando unas cifras altas que se han venido controlando mediante campañas educativas al personal para el buen uso del papel y actualmente hemos logrado obtener una mejora en este sentido

12. ¿Considera la opción de reemplazar los archivos físicos por archivos digitales en su departamento?

Por supuesto, Se tenía un proyecto a corto plazo para reemplazar el archivo físico, se adquirió un software en el cual se digitaliza todo documento que llegue a la compañía y se direcciona a la persona o departamento que le pertenezca, debido a la pandemia este programa se hizo realidad a corto plazo y actualmente tenemos todos nuestros archivos digitalizados y organizados por departamento con los accesos correspondientes para los responsables de cada información .

Entrevistado José Varela Jefe Administrativo

13. ¿Cuáles son los mecanismos de difusión usados para disminución del impacto ambiental?

Contamos con una matriz de impacto ambiental en donde se tienen contemplados todos los posibles riesgos que pueden generar un impacto

En desarrollo de los impactos identificados generamos permanentemente campañas para el buen uso de la energía, el agua, la clasificación de los residuos, disposición final de aceites, todo ello contemplado en nuestro programa de Seguridad, salud en el trabajo y medio ambiente.

14. ¿Conoce los procedimientos de seguridad ambiental estipulados por la empresa?

La empresa posee un sistema de gestión ambiental de amplia difusión, contamos con una herramienta de sistema de gestión en intranet con acceso a todos los empleados, en donde se encuentran todos los procedimientos en materia de seguridad ambiental

De igual manera hacemos difusión y sensibilización permanente de los impactos que puede generar cualquier acto que atente contra el medio ambiente y el cuidado de los recursos

También al momento de vincular al trabajador, dentro del programa de inducción se encuentra incluido toda la información del proceso de seguridad salud y medio ambiente , esto para garantizar que todos los empleados conozcan la información y tengan acceso a ella.

Entrevistado: Sara Navarro. Seguridad, salud y medio ambiente.

✓ **PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN**

15. ¿Conoce usted a la empresa, ha realizado alguna compra o servicio con ella y que piensa de su contribución con la comunidad?

La empresa presta servicios a un importante sector de la economía nacional como es el sector minero, ofrece productos y servicios de calidad, venta de maquinaria para la operación minera y suministro de mano de obra y repuestos. Contribuye al bienestar de sus empleados, sus familias y por ende a la comunidad, mediante el desarrollo de muchos programas que buscan una mejora en la calidad de vida del empleado.

Entrevistado: Irene Gómez - Empleado

16. ¿Existen demandas en la organización por mala praxis?

R/ Actualmente la empresa no posee este tipo de demandas, de hecho estamos certificados en las normas ISO que competen a nuestro negocio, garantizando una operación confiable que cumple con los procesos, las normas en materia legal y genera bienestar a sus empleados y a la comunidad.

Entrevistado José Varela Jefe Administrativo

✓ **ASUNTO DE CONSUMIDORES**

17. ¿Cuáles son los niveles de satisfacción que presentan los informes de servicio al cliente en relación a los productos y servicios que ofrece la compañía?

R/ Dentro del proceso normal de desarrollo de nuestra actividad económica, está precisamente la medición del nivel de satisfacción lo cual es garantía que estamos realizando de manera óptima y controlada nuestras actividades, nuestros clientes presentan un alto nivel de satisfacción mostrando porcentajes de cumplimiento en entregas y de eficiencia en servicios de más de un 90%

18. ¿Considera que la empresa cumple con las garantías de los productos? Porque?

La empresa posee un departamento de garantías, donde el cliente radica su solicitud la cual se gestiona directo a fábrica y se otorga al cliente la garantía del producto o servicio solicitado.

✓ PARTICIPACION ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

19. ¿Considera que la empresa cumple con sus expectativas de capacitación al personal y porque?

Por supuesto, la empresa posee un departamento de entrenamiento y capacitación donde se analizan los perfiles de cargos, las funciones otorgadas y se detectan las necesidades de capacitación lo cual se lleva a la matriz de capacitación y entrenamiento para incluir dentro del presupuesto anual y permite la ejecución de las capacitaciones, algunas detectadas y otras que han sido solicitadas directamente por el trabajador.

20. ¿Considera que la empresa Contribuye a la mejora de la calidad de vida de los empleados?

La empresa contribuye en la mejora no solo de los empleado también involucra de manera directa a sus familias con el desarrollo de los programas de bienestar, que tuvimos la oportunidad de revisar en una pregunta anterior

Entrevistado: Marina Villacob. Gestión humana

21. ¿La empresa apoya alguna fundación que involucre el beneficio social?

Si, adicionalmente a los beneficios que se otorgan directo a los empleados y a sus familias la empresa apoya a algunas fundaciones, como por ejemplo la Fundación Pan y panela que busca recaudar fondos para contribuir a la nutrición de niños con alto riesgo de desnutrición

Entrevistado José Varela Jefe Administrativo